



GUIA DOCENT

# **SOCIOLOGIA I PSICOLOGIA DE LA COMUNICACIÓ**

Coordinació: SERES SEUMA, TERESITA DEL NIÑO JESUS

Any acadèmic 2022-23

## Informació general de l'assignatura

<b>Denominació</b>	SOCIOLOGIA I PSICOLOGIA DE LA COMUNICACIÓ			
<b>Codi</b>	101962			
<b>Semestre d'impartició</b>	2N Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
<b>Caràcter</b>	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat
	Grau en Comunicació i Periodisme Audiovisuals	2	TRONCAL/BÀSICA	Presencial
<b>Nombre de crèdits assignatura (ECTS)</b>	6			
<b>Tipus d'activitat, crèdits i grups</b>	<b>Tipus d'activitat</b>	PRAULA	TEORIA	
	<b>Nombre de crèdits</b>	3	3	
	<b>Nombre de grups</b>	2	2	
<b>Coordinació</b>	SERES SEUMA, TERESITA DEL NIÑO JESUS			
<b>Departament/s</b>	FILOLOGIA CATALANA I COMUNICACIÓ			
<b>Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant</b>	- Classes Presencials (HP): 30 sessions de 2h = 60 hores - Treball Autònom (TA): 90 hores			
<b>Informació important sobre tractament de dades</b>	Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació.			
<b>Idioma/es d'impartició</b>	Català i anglès (en dos grups)			
<b>Distribució de crèdits</b>	6 crèdits grup en català 6 crèdits grup en anglès			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
SERES SEUMA, TERESITA DEL NIÑO JESUS	teresa.seres@udl.cat	6	
TORRES PURROY, HELENA	helena.torres@udl.cat	6	

## Objectius acadèmics de l'assignatura

Identificar els conceptes bàsics i els paradigmes de l'anàlisi sociològica i la seva aplicació a l'anàlisi de la comunicació.

Identificar les principals teories i metodologies referides al camp de la psicologia de la comunicació

Desenvolupar una mirada crítica cap al context mediàtic, social i ideològic.

Apreciar la importància del debat teòric i les metodologies d'investigació científica en sociologia, així com la seva aplicació a l'anàlisi de la comunicació.

Desenvolupar un coneixement adequat sobre la funció social dels mitjans de comunicació

## Competències

Competències:

Generals:

CG3. Aplicar els coneixements teòrics a l'activitat pràctica

CG7. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva

CG8. Valorar el respecte a la diversitat i pluralitat d'idees.

Específiques

CE4. Descriure les principals teories en l'àmbit dels mitjans de comunicació social i les seves elaboracions conceptuals

CE7. Identificar i aplicar els fonaments ètics i la deontologia professional a l'exercici de les activitats relacionades amb els mitjans de comunicació

CE8. Aplicar el mètode científic de forma adequada a la investigació a l'àmbit de la comunicació, així com exposar els resultats dels processos d'investigació.

## Continguts fonamentals de l'assignatura

### 1. La mirada sociològica

1.1. Què és la sociologia?

1.2. Sociologia de la comunicació (de masses)

1.3. Conceptes clau en sociologia de la comunicació

1.4. La recerca en sociologia de la comunicació: mètode qualitatiu i quantitatiu

### 2. Sociologia funcionalista de la comunicació

2.1. Introducció

2.2. Efectes i funcions

2.3. Efectes a curt termini

## 2.4. Efectes a llarg termini

## 3. Teoria social crítica

### 3.1. Introducció a la teoria social crítica i característiques

3.2. Principals corrents i autor(e)s: l'escola de Frankfurt, l'economia política de la comunicació, teoria culturo lògica, teoria del cultiu

### 3.3. Conceptes i estudis

### 3.4. Altres perspectives

## 4. Estudis culturals. Cultura postmoderna

### 4.1. Les perspectives dels Estudis Culturals

### 4.2. La postmodernitat i la cultura postmoderna

## 5. Psicologia de la percepció i psicologia social (de la comunicació)

### 5.1. Psicologia de la percepció

#### 5.1.1. Introducció

#### 5.1.2. Conceptes

### 5.2. Psicologia social

#### 5.2.1. Introducció

#### 5.2.2. Psicologia en les relacions interpersonals

#### 5.2.3. Psicologia i cognició social

## Eixos metodològics de l'assignatura

### Metodologia docent: combina classes presencials i treball autònom

#### A) Hores presencials a l'aula (HP)

- Classes magistrals: Exposició dels continguts de l'assignatura de manera oral per part de la professora.
- Debat dirigit: Promoure l'expressió i la comprensió oral en una conversa col·lectiva en la qual el tema pot ser preparat, però no el desenvolupament de les intervencions.
- Activitat en col·laboració: Activitat d'aprenentatge que s'ha de fer mitjançant la col·laboració dels membres d'un grup.
- Treball escrit: Activitat consistent en la presentació d'un document escrit.
- Estudi de casos: Mètode utilitzat per a estudiar un individu, una institució, un problema, etc. de manera contextual i detallada.
- Tutories: guiatge, assessorament i resolució de dubtes en grups reduïts o individualment.

#### C) Treball autònom (TA)

- Pràctiques, exercicis, lectures o estudi d'altres materials, qüestionaris, etc.
- Discussions en línia mitjançant fòrums.

## Pla de desenvolupament de l'assignatura

Cronograma orientatiu per als dos grups:

TEMA 1	Setmanes 1-3
TEMA 2	Setmanes 4-6
TEMA 3	Setmanes 7-9
TEMA 4	Setmanes 10-12
TEMA 5	Setmanes 13-15

## Sistema d'avaluació

<b>1. Proves escrites/exàmens [30%]:</b>	
Exàmens parcials (inclouran continguts del temari i lectures proposades)	5 exàmens x 6% = 30%
<b>2. Treballs [60%]:</b>	
a) Activitats de síntesi (en grup)	4 activitats x 10% = 40%
b) Activitats de seguiment (individuals i en grup)	10%
c) Exposició grupal d'una lectura proposada	10%
<b>3. Assistència i intervenció a classe [10%]</b>	10%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

\*La nota final per aprovar l'assignatura és 5/10. En aquesta assignatura les proves d'avaluació no podran ser recuperades ja que cap d'elles individualment no és igual o superior al 30% de la nota final.

\*En cas que la nota final de l'assignatura sigui 4,9; 6,9 o 8,9, el professorat de l'assignatura valorarà fer un arrodoniment a l'alça (5, 7 i 9 respectivament) depenent del rendiment de l'estudiant a l'assignatura.

\*L'avaluació és continuada. Els/les estudiants que combinin els estudis amb una feina a temps complet o una feina a temps parcial amb horari coincident amb les classes tenen dret a demanar avaluació alternativa en un termini de 5 dies des del començament del semestre. Per a més informació, envieu un correu electrònic a [academic@lletres.udl.cat](mailto:academic@lletres.udl.cat) o adreceu-vos a la Secretaria de la Facultat de Lletres.

\*El plagi està prohibit. En cas de plagi, s'aplicarà el que estableix la "Normativa de l'avaluació i la qualificació de la docència en els graus i màsters a la UdL".

## Bibliografia i recursos d'informació

Bailey, Stephen (2011). *Academic Writing: A Handbook for International Students* (3rd ed.). Oxon: Routledge.

Boyd-Barrett, Oliver, & Braham, Peter (2013). *Media, knowledge and power*. Routledge.

Briggs, Asa, Burke, Peter. (2002). *De Gutenberg a Internet: Una historia social de los medios de comunicación*. [A Social History of the Media. From Gutenberg to the Internet]. (M. A. Galmarini, Trad.). Madrid: Taurus.

Bruce, Steve, & Yearley, Steven (2006). *The SAGE dictionary of sociology*. SAGE Publications.

Bryant, Clifton D., Peck, Dennis L. (Eds.). (2007). *21st Century Sociology: A Reference Handbook*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

Bryant, Jennings, & Oliver, Mary Beth (2009). *Media Effects: Advances in Theory and Research* (3rd ed.). Routledge

Buceta, Luis. (1992). *Fundamentos psicosociales de la información*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

Eadie, William F. (Ed.). (2009). *21st Century Communication: A Reference Handbook*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Espinar, Eva; Frau, Carlos; González, María José; Martínez, Rodolfo (2006). *Introducción a la sociología de la educación*. Universidad de Alicante

Fiske, John (1990). *Introduction to communication studies* (2nd ed.). London: Routledge.

Gibson, James J. (2014). *The ecological approach to visual perception: classic edition*. Psychology Press.

Goldstein, Bruce E. (Ed.). (2005). *Blackwell Handbook of Sensation and Perception*. Blackwell Publishing.

Grondin, Simon (2016). *Psychology of perception*. Sage.

Gubern, Romà (1996). *Del bisonte a la realidad virtual*. Taurus Editorial.

Gubern, Romà (2000). *El eros electrónico*. Taurus Editorial.

Howes, David, & Classen, Constance (2013). *Ways of sensing: Understanding the senses in society*. Routledge.

Klein, Naomi (2010): *No logo. El poder de las marcas*. Paidós.

Littlejohn, StephenW. & Foss, K.A. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. London: Sage.

- Lundby, Knut (Ed.). (2014). *Mediatization of Communication*. De Gruyter.
- Mc Quail, Denis. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Méndez Rubio, Antonio (2008). *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Universitat de València.
- Moragas, Miguel de (1986). *Sociología de la comunicación de masas*. IV Volumes. Editorial Gustavo Gili.
- Mucchielli, Alex (1998). *Psicología de la comunicación*. Paidós.
- Muñoz, Kristine (2011). *Com m'han pogut convèncer?: les dimensions socials i culturals de la persuasió* (Vol. 4). Editorial UOC.
- Myers, David G. & Twenge, Jean M. (2018). *Exploring Social Psychology* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Poe, Marshall T. (2011). *A history of communications: Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Roiz, Miguel. (2005). *Sociología de la comunicación y cultura de masas*. LaberintoLA
- Schramm, Wilbur & Roberts, Donald F. (eds.). (1971). *The process and effects of mass communication*. Urbana: University of Illinois Press
- Serrano, Sebastià (1993). *Comunicació, societat i llenguatge*. Empúries
- Serrano, Sebastià (1999). *Comprendre la comunicació: el llibre de la comunicació, el sexe i la poesia*. Proa.
- Serrano, Sebastià (2003). *El regal de la comunicació*. Ara Llibres.
- Serrano, Sebastià (2004). *L'instint de la seducció*. Ara Llibres
- Turner, Bryan S. (Ed.). (2006). *The Cambridge dictionary of sociology*. Cambridge University Press.
- Turow, Joseph (2014). *Media today: Mass communication in a converging world* (5th ed.). Routledge.
- Wolf, Mauro. (1987) *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.